

# 経営 さぶりメント

各方面の専門家による  
ビジネスに役立つエッセンス



## 観光業における “情報戦略の 考え方①”

～農業から学ぶSNS～



最近、観光業や飲食業をされている方にとって、顧客への情報発信は多種多様になってきており、特にSNSを使った情報発信の仕方は日進月歩です。facebookやTwitterはもとより、LINEやInstagramなど、その対応に苦慮している事業者の方を多く見かけます。「喉元過ぎれば熱さ忘れる」で、最初は頑張って取り組んでみようと思ったものの、3日おきが1週間になり、1週間が1ヶ月になり、発信力が少しずつ消えていくことに懸念があるようです。県内の事業者の方は情報発信における根気を伴う作業が苦手な方が多く、これが「秋田の宣伝下手」につながっているのではないかと思うことがしばしばです。口下手な秋田の方にとってSNSのような「文字や写真」を無料で情報発信するツールは、直接話さなくても相手に通じる非常に有効的な手段であり、その使い方次第では収益への結びつきが大きく変わってきます。しかもこれは観光業にとって社内の改善と経営改善に寄与し、企業の戦略や事業ポートフォリオなどにも影響します。

さて、皆さんの中で農業に関わっている方はどれほどいらっしゃるでしょうか？秋田市の方や若い方には無関係という方が多いかもしれませんが、実はSNSと農業は非常に似ている存在なのです。それは「目を離せない」という点です。農家の方にとって稲作であれば、春から秋のシーズンは水の管理が生育に影響するため、朝から晩まで農業用水の目配りが必要です。畑でも水や肥料の管理が大切です。SNSはどうでしょうか？情

報発信してしまえばあとは…になっていませんか？ここがビジネスとしてのSNS活用の分かれ目になります。

- 自分が発信した情報への興味はどれくらいあるのかな？
- 自分の発信した情報へのコメントや評価はどうなっているのかな？

など常にSNSから「目を離さない」ことが重要なのです。

SNSは情報発信の場であると同時に、会話の場でもあります。誰かが興味をもってくればそこからビジネスチャンスは生まれてくるのです。しかし、これがなかなかできない方が多いようです。発信はできるけれども会話ができないのというのです。「友達じゃなくてお客様だから…」 「敬語の使い方だとか、謝り方だとか、面倒くさい…」 そんな本音をよく聞きます。

観光業の中でも特に宿泊施設では「予約機能」がついているホームページをお持ちの事業者が多いと思います。予約から決済まで、管理業者が一連の作業を代理してくれますので、利用者は何も不便を感じません。しかし、その一連の作業の他に、SNSで宿泊施設からお礼と季節の情報が送られてくれば利用者は喜ぶと思いませんか？これができるとできないのでは、お客様のその宿への印象は全く違ってきます。よく、「社内でネットはあの人が担当しているので、すべて任せています。」という経営者がいます。しかしそれはどちらかというとシステムや定期的なメンテナンスを業者とやりと

りする方をそう呼んでいる所がほとんどで、お客様とSNSで会話できる従業員の方は少ないのです。

SNSで会話ができるということは、接客や事業に対する見識が深いということに繋がります。すなわち、ある一定レベルのスキルがないと出来ないということです。観光業にとって収益構造を改善するために従業員にマルチタスクが求められる昨今、この分野だけは専門分野と考えている経営者が多いようです。しかし、この分野こそ、スタッフ全員が取り組むべく仕事と認識することが、現場を知るということであり、事業を知ることであり、お客様を知るということにつながるようになるのです。農業で言う所のいわゆる「土壌」が改善されるのです。

農業は「動植物を計画的に飼育・栽培して、食料などの物資を作る産業。」と定義されています。ならば観光業にとってのSNSは「お店や宿の価値を計画的に発信・運用して、顧客などの信頼を作る道具。」と定義できないでしょうか。SNSを中心とした内部のルーティンワークの見直しで自社の観光業としての価値を高めたいものです。今回は情報運用などの企業戦略を考えていきます。①

### SNSの田んぼ



水(情報)の管理は従業員全員で=土壌改良=社内改善、経営改善

SNS、きちんと活用できる？



合同会社  
トマトクリエイション  
地域リソースデザイナー  
菊地 寛樹  
kikuchi hiroki

【略歴】  
1972年4月16日生まれ  
山形大学人文学部経済学科卒業(地域政策総論専攻)、大学では主に都市と農村、第3セクター経営などを学ぶ。卒業後、株式会社秋の宮山荘に入社し、秋の宮温泉組合事務局長を兼任。秋の宮温泉郷イメージアップ推進協議会などを設立し、2008年に同社総支配人に着任。  
2011年10月に「観光と情報のマッチング」をテーマにした合同会社トマトクリエイションを設立。観光業の発展と振興やブランディング、地域資源の活用を推進している。